

RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE DEL DISEÑO DE RUTAS TURÍSTICAS PATRIMONIALES

Autores:

María Nogueras Edo

Roy Janoch

etuz

ESCUELA DE
TURISMO
UNIVERSITARIA
DE ZARAGOZA



Adscrita a la

Universidad
Zaragoza





1.1. CONCEPTO Y CARACTERÍSTICAS GENERALES

1.2. TIPOLOGÍA Y CRITERIOS DE CLASIFICACIÓN

1.3. ¿QUÉ TENEMOS EN CUENTA A LA HORA DE DISEÑAR UNA RUTA TURÍSTICA?

1.4. DISEÑO, EJECUCIÓN Y EVALUACIÓN

"EL GUION"

1.5. APLICACIÓN PRACTICA ASIGNATURA: ENGLISH FOR TOURISM

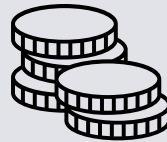


1.1. CONCEPTO Y CARACTERÍSTICAS GENERALES

- En el *Glosario de términos turísticos* elaborado por la Organización Mundial del Turismo (OMT), no se encuentra una definición específica para el concepto de "ruta turística". No obstante, sí se proporciona una definición para el término "visita", la cual se describe de la siguiente manera:

"Un viaje se compone de visitas a diferentes lugares. El término 'visita turística' hace referencia a una estancia en un lugar visitado durante un viaje turístico" (RIET, 2008, párrs. 2.7 y 2.33)

PERSPECTIVA ECONÓMICA



1.1. CONCEPTO Y CARACTERÍSTICAS GENERALES

DEFINICIÓN DE TURISMO CULTURAL

“Aquella forma de turismo que tiene como objeto, entre otros fines, el conocimiento de monumentos y sitios histórico-artísticos. Ejerce un efecto positivo en estos en tanto en cuanto contribuye -para satisfacer sus propios fines- a su mantenimiento y protección.”
(ICOMOS, 1976, Carta del Turismo Cultural)



1.1. CONCEPTO Y CARACTERÍSTICAS GENERALES

DEFINICIÓN DE TURISMO CULTURAL

"Aquella forma de turismo que tiene como objeto, entre otros fines, el conocimiento y la apreciación de la cultura. Ejerce un efecto multiplicador en la economía local y contribuye a la satisfacción del turista."

Las rutas y
visitas turísticas



1.1. CONCEPTO Y CARACTERÍSTICAS GENERALES

Una ruta turística es un producto turístico en el cual se propone un recorrido al turista con la finalidad de mostrar los diferentes recursos de tipo natural, monumental o cultural que componen los puntos de interés del recorrido.

SE CONOCE COMO **RUTA TURÍSTICA** AL CAMINO O RECORRIDO QUE SE DESTACA POR SUS **ATRATIVOS** PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO. ESTAS RUTAS PUEDEN SOBRESALIR POR SUS CARACTERÍSTICAS NATURALES O POR PERMITIR EL ACCESO A UN PATRIMONIO CULTURAL O HISTÓRICO DE IMPORTANCIA.



1.1. CONCEPTO Y CARACTERÍSTICAS GENERALES

CONCLUSIÓN...

Una **ruta turística** puede definirse como un trayecto estructurado y temático, concebido para guiar a los visitantes a través de una serie de puntos de interés, con el propósito de generar experiencias significativas que reflejen la cultura, la historia y el entorno natural de un destino. Más allá de su valor escénico y educativo, estas rutas están diseñadas bajo criterios de **accesibilidad y sostenibilidad**, garantizando que los turistas puedan explorar y disfrutar del recorrido de manera segura y confortable. Asimismo, las rutas turísticas buscan fomentar el **desarrollo económico local** y promover la **participación activa de las comunidades** en las actividades turísticas, generando beneficios compartidos tanto para los residentes como para los visitantes.

1.1. CONCEPTO Y CARACTERÍSTICAS GENERALES

Entre **los elementos que caracterizan** a una ruta turística están:

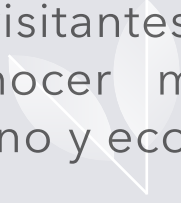


- Selección de la región o zona objeto de estudio.
- Recolección de la información: Historia, ubicación geográfica, clima, medios de comunicación)
- Selección de los atractivos: Monumentos, iglesias, sitios naturales.
- Nombre de la ruta: por ejemplo: Ruta del café, ruta del vino, ruta de las Iglesias del Serrablo...
- Medios de transporte: Terrestre, aéreo y acuático.
- Descripción de actividades y puntos de interés a visitar: Museos, parques naturales, monumentos, etc.
- Tiempo y duración del recorrido.
- Itinerario de la ruta: Horario de salida, horario de llegada, destinos, actividades, entre otros.
- Comercialización: Medios utilizados para la promoción de la ruta turística.



1.1. CONCEPTO Y CARACTERÍSTICAS GENERALES

La finalidad de toda ruta turística es:

- ✓ El **incremento**, en su conjunto, de la actividad turística en el área geográfica donde se desarrolla.
 - ✓ **La generación de riqueza** a través de una actividad complementaria a la tradicional de la zona.
 - ✓ **Mejorar** la infraestructura de la zona geográfica, por ejemplo, a través de la creación de carreteras. Además, las rutas turísticas permiten la reactivación y revalorización del patrimonio en desuso, evitando su abandono y destrucción.
 - ✓ Permite **adecuar** las instalaciones inactivas con una nueva funcionalidad didáctica y cultural en el marco de un proyecto turístico.
 - ✓ **La diversificación y la desestacionalización** de la actividad turística en la zona geográfica. Las rutas turísticas surgen como propuestas nuevas e imaginativas en respuesta a los cambios en el actual perfil del turista.
 - ✓ Las rutas turísticas permiten **sensibilizar y concienciar** a los visitantes, acerca de diversos temas y problemáticas culturales, ambientales, históricas, etc.
 - ✓ **Fomentar** el diálogo entre visitantes y anfitriones, promueven nuevos tipos de cooperaciones, permiten conocer mejor los patrimonios de los territorios y contribuyen al desarrollo humano y económico.
- 

1.2. TIPOLOGÍA Y CRITERIOS DE CLASIFICACIÓN

RUTAS TURÍSTICAS

GEOGRÁFICAS



- TERRITORIALES
- NATURALES O ECOLÓGICAS
- FÍSICO-NATURALES

HISTÓRICAS



- YACIMIENTOS ARQUEOLÓGICOS
- HECHOS HISTÓRICOS O PERSONAJES
- ETAPA HISTÓRICA

ARTÍSTICAS



- MONUMENTOS
- ARQUITECTURA
- ETAPA ARTÍSTICA

LITERARIAS



- OBRAS LITERARIAS
- AUTORES LITERARIOS

ETNOGRÁFICAS



- ACTIVIDAD ECONÓMICA
- MODO DE VIDA
- PATRIMONIO INMATERIAL
- GASTRONOMÍA

1.3. ¿Qué tenemos en cuenta a la hora de diseñar una ruta turística?



ANTES

1. **Conocer** los tipos de turismo que se pueden desarrollar (tipologías).
2. **Analizar** las necesidades y tendencias de la demanda, así como los mercados emisores de turismo.
3. **Detectar** las oportunidades y avances que presenta la propia oferta turística.

1.3. ¿QUÉ TENEMOS EN CUENTA A LA HORA DE DISEÑAR UNA RUTA TURÍSTICA?

Fase 1:
Determinación
de objetivos

- Determinación temática: puede ser general o específica.
- Entregar orientaciones para delimitar el área geográfica los centros de bases y atractivos del recorrido
- Definición de estructura: duración estimada, la zona a recorrer, actividades, alojamientos...

Fase 1:
Determinación de
objetivos

Fase 2: Estudios y
evaluaciones

Fase 3: Diseño de
ruta

Fase 4:
Determinación de
precios y beneficios
netos de operación

Fase 5:
Comercialización y
comunicación de la
ruta

1.3. ¿QUÉ TENEMOS EN CUENTA A LA HORA DE DISEÑAR UNA RUTA TURÍSTICA?

Fase 2: Estudios y evaluaciones

- Conocimiento histórico, cultural y geográfico del área donde se va a establecer la ruta.
- Conocer accesibilidad a los recursos turísticos
- Evaluaciones: DAFO, estudio actual de demanda, potencial y emergente

Fase 1:
Determinación de
objetivos

Fase 2: Estudios y
evaluaciones

Fase 3: Diseño de
ruta

Fase 4:
Determinación de
precios y beneficios
netos de operación

Fase 5:
Comercialización y
comunicación de la
ruta

1.3. ¿QUÉ TENEMOS EN CUENTA A LA HORA DE DISEÑAR UNA RUTA TURÍSTICA?

Fase 3: Diseño de ruta

- Estructuración del itinerario
- Atractivos de la ruta: Redacción del itinerario, traspasó a papel de todo lo recopilado

Fase 1:
Determinación de
objetivos

Fase 2: Estudios y
evaluaciones

Fase 3: Diseño de
ruta

Fase 4:
Determinación de
precios y beneficios
netos de operación

Fase 5:
Comercialización y
comunicación de la
ruta

1.3. ¿QUÉ TENEMOS EN CUENTA A LA HORA DE DISEÑAR UNA RUTA TURÍSTICA?

Fase 4:
Determinación de
precios y
beneficios netos
de operación

- Tarifa por persona
- Determinación del beneficio neto
- Determinación de los costes y gastos de operación

Fase 1:
Determinación de
objetivos

Fase 2: Estudios y
evaluaciones

Fase 3: Diseño de
ruta

Fase 4:
Determinación de
precios y beneficios
netos de operación

Fase 5:
Comercialización y
comunicación de la
ruta

1.3. ¿QUÉ TENEMOS EN CUENTA A LA HORA DE DISEÑAR UNA RUTA TURÍSTICA?

Fase 5:
Comercialización
y comunicación
de la ruta

- La etapa que corresponde al marketing
- Definición de la marca
- Posicionamiento a corto, largo y medio tiempo
- Difusión de la ruta (web, mapa, folleto...)
- Organización de visitas

Fase 1:
Determinación de
objetivos

Fase 2: Estudios y
evaluaciones

Fase 3: Diseño de
ruta

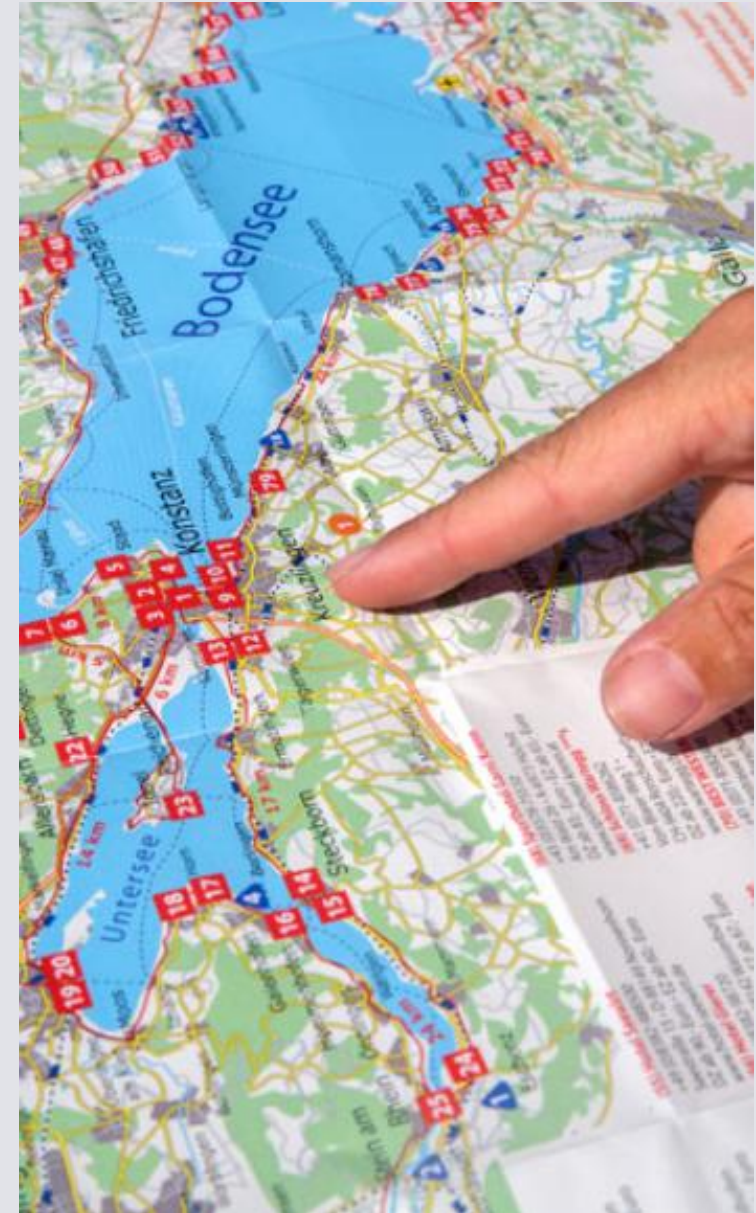
Fase 4:
Determinación de
precios y beneficios
netos de operación

Fase 5:
Comercialización y
comunicación de la
ruta

1.4. DISEÑO, EJECUCIÓN Y EVALUACIÓN “EL GUION”

Elegir un aspecto:

1. De tipo histórico
2. De tipo arquitectónico
3. Del tipo artístico



1.4. DISEÑO, EJECUCIÓN Y EVALUACIÓN “EL GUION”

1. De tipo histórico

- Se refiere tanto al edificio en cuestión como a otros aspectos inherentes a lo histórico.
- Cuando fue realizado el templo, antecedentes y motivo de su construcción, si es iglesia, parroquia, basílica, fechas de erección, obispos o autoridades que intervinieron, curas párrocos, mayordomos o administradores. Si la iglesia pertenece o fue de una orden o congregación religiosa: orígenes de la orden, si tuvo o tiene convento, escuela, etc.
- Elemento importante: **“pequeña historia”**, podemos incluir anécdotas, leyendas y costumbres.

1.4. DISEÑO, EJECUCIÓN Y EVALUACIÓN “EL GUION”

2. De tipo arquitectónico

- *Estilo*, detalles, medidas, materiales, procedencias, arquitecto o alarife (biografía y otras obras realizadas por ellos), constructor, ingeniero o empresa constructora, etc.
- Respecto de la **terminología**, es conveniente usar la académica solo en los casos en que el guía se dirija a especialistas.
- Caso contrario, o bien se utiliza y se explica inmediatamente, o directamente no se utiliza (la visita va dirigida a niños).
- **Es conveniente incluir la terminología técnica en el guion.**

1.4. DISEÑO, EJECUCIÓN Y EVALUACIÓN “EL GUION”

3. Del tipo artístico

- *Ornamentación, imagerie, obras de arte en general, solados, vidrieras y mobiliario.*



Tipos de *retablos* si los hubiera, diferencias según la antigüedad o material: de madera, mármol o granito; hay que considerar que la confección de retablos en las iglesias se extendió solo hasta el Concilio Vaticano II. Ménsulas, altares.

Saber especificar épocas, estilos, artesanos, las técnicas, los tipos de pintura, el dorado a la hoja, etc.

1.4. DISEÑO, EJECUCIÓN Y EVALUACIÓN “EL GUION”

3. Del tipo artístico

- *Ornamentación, imaginería, obras de arte en general, solados, vidrieras y mobiliario.*



Si los elementos fueran locales, origen de la fábrica, y si continúa en actividad, si fue o es una empresa familiar, si nació como autóctona o en otro país; sus influencias y si son desprendimiento de otras. Mobiliario, ídem.

1.4. DISEÑO, EJECUCIÓN Y EVALUACIÓN “EL GUION”

NORMAS GENERALES

- Habremos procurado confeccionar un guion lo más completo posible.
- Debemos elegir aquellos elementos más atractivos, y aquello que no puede soslayarse (PASAR POR ALTO) “***no debe decirse todo***”, ya que no solo demasiada información abruma, sino que lo que interesa a uno no interesa al otro.
- Se debe ***hablar claro, modulando y con voz alta***.
- Atención en según qué lugares
- Fomentar la ***participación activa***
- No debe darse nada por sabido



UNA VISITA GUIADA DINÁMICA.

1.4. DISEÑO, EJECUCIÓN Y EVALUACIÓN “EL GUION”

NORMAS GENERALES

- Debe utilizarse la *terminología* correcta: no es lo mismo “pila lustral” que “pila bautismal”
- Se podrá utilizar *puntero luminoso* para señalar, siempre que no sean pinturas o elementos que se dañen
- No se puede *caminar y hablar simultáneamente*

1.4. DISEÑO, EJECUCIÓN Y EVALUACIÓN “EL GUION”

¿POR DÓNDE COMIENZO UNA VISITA GUIADA?

1.4. DISEÑO, EJECUCIÓN Y EVALUACIÓN “EL GUION”

- ✓ **Presentación** del guía y de terceros
- ✓ Informar cuánto se estima que durará el recorrido, **especificar las pautas generales**: si se pueden o no tomar fotos, grabar o filmar, evitar tocar o caminar por lugares que el guía no indique, que todo el grupo debe permanecer unido, etc.
- ✓ Siempre se explica de arriba hacia abajo y de izquierda a derecha y del último registro al primero.
- ✓ Mencionar siempre el hilo conductor
- ✓ A la hora de terminar:
 - ✓ Hacer una breve síntesis final
 - ✓ Terminar en un lugar conocido para los turistas
 - ✓ Dejar un tiempo para preguntas, curiosidades, comentarios...

1.5. APLICACIÓN PRACTICA

ASIGNATURA:

ENGLISH FOR TOURISM

1.5. APLICACIÓN PRACTICA: ENGLISH FOR TOURISM

Ruta Gastronómica Turística

INTERPRETACIÓN DEL PATRIMONIO GASTRONÓMICO Y
PRECISIÓN LINGÜÍSTICA



1.5. APLICACIÓN PRACTICA: ENGLISH FOR TOURISM

Resumen Teórico

Repaso de las bases académicas: De la definición del recurso patrimonial al diseño del guion técnico (Secciones 1.1 - 1.4).

1.5. APLICACIÓN PRACTICA: ENGLISH FOR TOURISM

Conceptos Clave de la Ruta

Patrimonio Inmaterial

La gastronomía no es solo alimento; es un conjunto de técnicas, tradiciones e historia que define el alma de un territorio.

Como producto turístico, busca la revalorización del patrimonio local evitando su abandono.

El hilo Conductor

Toda ruta debe tener un eje temático que guíe la narrativa del visitante de principio a fin, creando una experiencia coherente.

En este proyecto, el hilo conductor será la excelencia culinaria de Zaragoza.

1.5. APLICACIÓN PRACTICA: ENGLISH FOR TOURISM

El Proyecto de la Ruta Gastronómica

Uniando la gestión del patrimonio con la competencia
lingüística.

1.5. APLICACIÓN PRACTICA: ENGLISH FOR TOURISM

Caso de Estudio: Patrimonio Gastronómico en Zaragoza

Colaboración con IA

Utiliza ChatGPT como asistente de investigación para elaborar una ruta de entre 4 y 6 lugares en Zaragoza (Casco Antiguo, El Tubo o zonas cercanas).

Accesibilidad

De acuerdo con la Sección 1.3, todas las paradas deben encontrarse a distancia a pie. Garantiza un itinerario seguro y dinámico para los turistas.

Guion Técnico

Desarrolla un guion profesional de guía turístico completamente en inglés, integrando los 8 criterios del modelo de patrimonio culinario.

1.5. APLICACIÓN PRACTICA: ENGLISH FOR TOURISM

Herramientas Lingüísticas: Módulo 1

Criteria	Target Vocabulary	Grammar Goal
Name & Type:	Traditional restaurant, food truck, market, tapas bar	Simple Present (Active and Passive)
Location:	in the heart of, next to	Prepositions of Place (next to, across)
Signature Dish:	Grilled, tangy, savoury, spicy, roasted	Passive Voice & Participial Adjectives
History:	Centuries-old, family-run, ornate	Present Perfect & Passive Voice

1.5. APLICACIÓN PRACTICA: ENGLISH FOR TOURISM

Herramientas Lingüísticas: Módulo 2

Criteria	Target Vocabulary	Grammar Goal
Atmosphere:	Romantic, vibrant, rustic, modern, cosy, traditional	Linking Verbs (be, feel, seem, look)
Pricing:	Affordable, mid-range, worth the Price, good value for money	Comparatives & Superlatives
Special Features:	Open kitchen, Spanish live music, intimate, exclusive	Passive Voice & Modals
Reviews:	Must-visit, top-rated, unmissable, Michelin stars	Modal Verbs

1.5. APLICACIÓN PRACTICA: ENGLISH FOR TOURISM

Patrimonio de Zaragoza: Inspiración



Mercado Central

Centuries-old market heritage.



El Tubo district

The heart of tapeo culture.

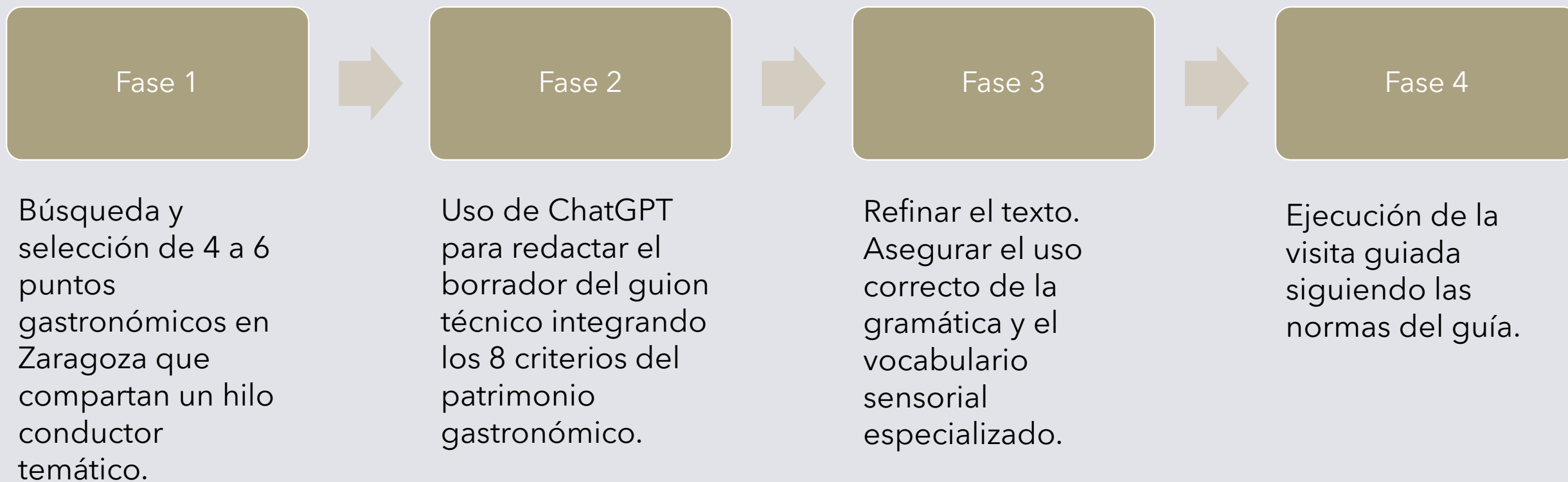


Signature Dishes

Temasco & local specialties.

1.5. APLICACIÓN PRACTICA: ENGLISH FOR TOURISM

Hoja de ruta del proyecto



1.5. APLICACIÓN PRACTICA: ENGLISH FOR TOURISM

Evaluación

40%

Contenido

30%

Uso del Idioma

30%

Presentación

Nota: los datos curiosos y las sorpresas añaden puntos extra a tu guion sensorial.

1.5. APLICACIÓN PRACTICA: ENGLISH FOR TOURISM

¿Preguntas?

¡Mucho éxito con vuestra ruta gastronómica!

Rutas turísticas y patrimonio cultural/ English for
Tourism

ETUZ

DESIGNED BY MARÍA NOGUERAS AND ROY JANOCH